

## บทความวิจัย

- ชื่อภาษาไทย : ความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่  
ที่มีต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร
- ชื่อภาษาอังกฤษ : THE OPINIONS OF PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY  
(PEA) EMPLOYEES IN HEADQUARTERS TOWARD WEARING  
UNIFORMS IN ORGANIZATION
- ชื่อผู้วิจัย : นางนฤมล พิณบุตร
- วันเดือนปี : กุมภาพันธ์ 2553
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.เกียรติชัย วีระภูวนนท์ และ อาจารย์นริรัตน์ ณ นวงศ์

### บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษานี้ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร ในด้านต่างๆ ได้แก่ 1) ด้านการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติ 2) ด้านภาพลักษณ์องค์กร 3) ด้านบุคลิกภาพ 4) ด้านคุณค่า และ 5) ด้านอื่นๆ ทัวไป และเปรียบเทียบความคิดเห็น ตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง 380 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น ขั้นตอนเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ พร้อมด้วยคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน ใช้วิธีทางสถิติ t-test (One way ANOVA) และทดสอบเป็นรายคู่ในกรณีที่มีความแตกต่างกันโดยวิธี LSD

ผลการศึกษาค้นคว้าทั้ง 5 ด้าน พนักงานคิดว่าเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมเป็นส่วนสำคัญในการสร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกับองค์กร เกิดความผูกพันกับองค์กร เป็นระเบียบเรียบร้อยและมีวินัยในการแต่งกาย น่าประทับใจ น่าเชื่อถือ แตกต่างและโดดเด่นจากองค์กรอื่นในประเภทเดียวกัน ช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพในการติดต่อกับหน่วยงานภายนอกต่างๆ เกิดความมั่นใจในการปฏิบัติหน้าที่ และยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการแต่งกายได้รวมทั้ง สีและแบบตามสมัยนิยม สวมใส่สบาย คล่องตัวนี้ หนักเบา ดูดี ชัดเจน และระบายความร้อนได้ดี น่าสวมใส่

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของพนักงาน พบว่า เพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กรไม่แตกต่างกันยกเว้นด้านการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติดีความคิดเห็นแตกต่างกัน อายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กรแตกต่างกันยกเว้นด้านการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติและด้านคุณค่ามีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน รายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการ

นำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กรไม่แตกต่างกันยกเว้นด้านบุคลิกภาพมีความคิดเห็นแตกต่างกัน อายุการทำงานต่างก็มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กรแตกต่างกันยกเว้นด้านการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติและด้านอื่นๆ ทัวไป มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาต่างก็มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กรไม่แตกต่างกันยกเว้นด้านอื่นๆ ทัวไป มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ระดับหน้าที่การงานต่างก็มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กรไม่แตกต่างกัน

The objective of this research is to study the PEA employees' opinion about wearing organization's uniform into 5 different points which are 1) the method of Choosing uniform style, 2) an organization image, 3) personality 4) value and 5) others. Questionnaires used to survey 380 PEA employees. Multi-Stage Sampling is the sampling method. The questionnaire composed of 2 sections: 1) general information of the employees, and employees' opinion in organization's uniform. T-test, one-way ANOVA, and Least Significant Difference are used for data analysis.

This study, focused on five different points, showed that PEA employees thought an uniform could build organization's image. Wearing the uniform made employee to be pound of themselves, felt to be one of the organization partners, and also caused a good relationship among the organization. Moreover, uniform could make the organization in difference from other companies. Wearing the uniform also made the employees looked professional and easy to recognize from the others. Also, having uniform could help the employees spent less money on their clothes.

Comparative results of employees' opinions, according to demographics, found that employees of different genders did not have different opinions. The pattern selection however showed different results, when voted upon. Employees of different age groups had different opinions about the use of dress uniforms in organizations, except in terms of pattern selection through voting and the attached value to dress uniforms. Employees with different incomes did not have different opinions, except in terms of perceptions about personal appearance. Employees with different working hours had different opinions, with different results concerning pattern selection. Employees in different educational groups did not have different opinions, but differed in other general aspects. Employees with different positions in the organization did not have different opinions about the use of dress uniform in organization.

## คำสำคัญ (Keywords)

1. พนักงาน ( Employee )
2. ภาพลักษณ์ ( Image )
3. เอกลักษณ์ ( Identity )
4. คอปก ( Polo )
5. เครื่องแต่งกาย ( Costume )

## บทนำ (Introduction)

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) เป็นรัฐวิสาหกิจด้านการสาธารณูปโภค เป็นองค์การขนาดใหญ่ที่มีภาระหน้าที่รับผิดชอบด้านการผลิต จัดให้ได้มา จัดส่งและจำหน่ายพลังงานไฟฟ้าให้แก่ประชาชน ธุรกิจ อุตสาหกรรมต่างๆ ในส่วนภูมิภาคครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ 73 จังหวัดทั่วประเทศ ยกเว้นกรุงเทพมหานคร นนทบุรี และ สมุทรปราการ ซึ่งเป็นเขตพื้นที่ที่จำหน่ายพลังงานไฟฟ้าอยู่ในความรับผิดชอบของการไฟฟ้านครหลวง

พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในปัจจุบันมีการแต่งกายที่หลากหลาย สวมใส่เสื้อผ้าตามความพอใจทำให้ในบางครั้ง ไม่สุภาพและไม่เหมาะสมกับการมาปฏิบัติงาน ซึ่งเมื่อบุคคลภายนอกเข้ามาติดต่องานด้วยอาจมองเห็นถึงความไม่น่าเชื่อถือ ไม่สมกับการเป็นพนักงานของหน่วยงานขนาดใหญ่ของรัฐ จึงทำให้ ในปี พ.ศ.2550 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ได้เสนอโครงการ เครื่องแต่งกายพนักงาน กฟภ. เพื่อที่จะสร้างความเป็นเอกลักษณ์ และภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่ยอมรับชื่นชมต่อสาธารณชน เนื่องจากพนักงานเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะสร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ใหม่ ให้เป็นที่รู้จักต่อสาธารณชนมากขึ้น ตลอดจนจนเป็นการพัฒนาบุคลิกภาพและส่งเสริมให้พนักงานแต่งกายได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและสวยงาม รวมทั้งทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้ไฟฟ้าเกิดการจดจำได้ต่อมาในปี พ.ศ.2551 การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้ดำเนินการจัดการประชุมผู้บริหารระดับสูงหารือเกี่ยวกับแผนการดำเนินงานการจัดทำเครื่องแต่งกายของพนักงาน กฟภ. และแบบของเครื่องแต่งกายจากบริษัทออกแบบและผลิตเครื่องแต่งกายพนักงานระดับชั้นนำ จำนวน บริษัท ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทเครื่องแต่งกายแบบเสื้อคอปก(POLO) และเครื่องแต่งกายแบบเป็นทางการ โดยการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้จัดแสดงแฟชั่นโชว์เครื่องแต่งกายของพนักงานจากบริษัทจำนวน 4 บริษัท ณ สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้พนักงานได้รับทราบและเห็นแบบของเครื่องแต่งกายเพื่อเป็นข้อมูลในเบื้องต้น เนื่องจากพนักงานจะเป็นผู้คัดเลือกเครื่องแต่งกายโดยกสมติเลือกเครื่องแต่งกายที่ชื่นชอบผ่านทางระบบ Intranet ของ กฟภ. เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

และในปี พ.ศ.2552 ได้รวบรวมจัดทำสรุปผลการลงมติเลือกแบบของเครื่องแต่งกาย ทั้ง 2 ประเภท เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และได้ทำป้ายติดประกาศให้พนักงานทุกคนได้รับทราบผลคะแนน และได้

จัดการแสดงแพชชันโชว์เครื่องแต่งกายของบริษัทที่ได้รับการคัดเลือกจากพนักงานอีกครั้งหนึ่งหนึ่ง ณ สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร เพื่อให้พนักงานได้รับทราบว่าเครื่องแต่งกายที่ได้รับการคัดเลือกเป็นแบบใดบ้างที่พนักงานสามารถเลือกที่จะต้องสวมใส่ หลังจากนั้น การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคดำเนินการโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ กองสื่อสารองค์กร แผนกวิจัยและสร้างภาพลักษณ์องค์กร ได้จัดทำโครงการต่อดำเนินการจ้างบริษัทที่ได้รับผลคะแนนสูงสุดให้ดำเนินการผลิตประเภทเครื่องแต่งกายแบบเสื้อ อคอปก (POLO) แจกให้ก่อนเพื่อเป็นสวัสดิการให้แก่พนักงานและลูกจ้าง กฟภ. ให้ทุกคนโดยพนักงานไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในส่วนของประเภทเครื่องแต่งกายแบบเป็นทางการ พนักงานในบางส่วนรับผิดชอบเช่นพนักงานในส่วนฝ่ายประชาสัมพันธ์ จะได้สวมใส่ก่อนประมาณเดือน มีนาคม 2553 สำหรับพนักงานส่วนที่เหลือฝ่ายประชาสัมพันธ์ จะดำเนินการให้แล้วเสร็จ ภายในไม่เกินไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ.2553

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการแต่งเครื่องแต่งกายพนักงานประเภทเครื่องแต่งกายแบบเสื้อ อคอปก(POLO) เนื่องจากเป็นเครื่องแต่งกายที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจัดสรรให้พนักงานได้สวมใส่เรียบร้อยแล้ว โดยผู้ศึกษาคาดหวังว่าผลการสำรวจจะเป็นประโยชน์ในการนำผลการสำรวจความคิดเห็นไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนแนวทางการปรับปรุงหรือแก้ไขภาพลักษณ์ให้เหมาะสมตามนโยบายของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคตามยุคสมัยของการแต่งกายทั้งในปัจจุบันและรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

### วัตถุประสงค์การศึกษา (Objectives)

- 1 เพื่อสำรวจความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการแต่งกายในด้านต่างๆ
- 2 เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการแต่งกาย โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

### ขอบเขตของการวิจัย (Scope of research)

- 1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรในการศึกษา คือ พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการจัดสรรเครื่องแต่งกาย จำนวน 5,172 คน คือ (พนักงานฯ และลูกจ้างรายปี) (กองการพนักงาน การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคตุลาคม 2552 )
- 2 กลุ่มตัวอย่าง คือตัวแทนพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้จากการคำนวณแบบทราบประชากรโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane') และใช้ระดับความเชื่อมั่นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ กรุงเทพฯ ที่ร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 คน และเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามการสุ่มแบบหลายขั้น ตอน(Multi - Stage Sampling)

### สมมติฐานในการวิจัย (Hypothesis)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาไว้ ดังนี้

1. พนักงานที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกาย มาใช้ในองค์กร แตกต่างกัน
2. พนักงานที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร แตกต่างกัน
3. พนักงานที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กรแตกต่างกัน
4. พนักงานที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร แตกต่างกัน
5. พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร แตกต่างกัน
6. พนักงานที่มีระดับหน้าที่การงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร แตกต่างกัน

### วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)

การศึกษาคือเชิงปริมาณ ศึกษาความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร ประเภทเครื่องแต่งกายแบบเสื้อคอปก (POLO) ประชากร คือ พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการจัดสรรเครื่องแต่งกาย จำนวน 5,172 คน คือ กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่ จำนวน 380 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามการสุ่มแบบหลายชั้นตอน (Multi - Stage Sampling) คือ การสุ่มตัวอย่างที่ผู้ศึกษาได้ทำการสุ่มเลือกฝ่าย กอง สุ่มเลือกแผนก จากนั้นสุ่มเลือกผู้ให้ข้อมูลโดยใช้หลักความน่าจะเป็นเพื่อให้เกิดการกระจายของกลุ่มตัวอย่างอย่างทั่วถึงทั้งองค์กรและครอบคลุมรวมถึงลักษณะประชากรศาสตร์ให้มีความคละเคล้ากันได้อย่างเหมาะสม ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบ่งเป็น 6 ด้าน เพศ อายุ รายได้ อายุการทำงานของพนักงาน ระดับการศึกษา และระดับหน้าที่การงาน ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติ ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านคุณค่า ด้านบุคลิกภาพ และด้านอื่นๆ ทั่วไปและส่วนสุดท้ายเป็นข้อมูลที่เป็นข้อเสนอแนะอื่น ๆ รวมทั้งการหาคุณภาพของเครื่องมือ หาความตรงเชิงเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามไปหารือกับผู้บังคับบัญชาเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยการ Try out จำนวน 30 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9520 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงาน และเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น ซึ่งสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่า t-test และ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในกรณีที่พบว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

## ผลการวิจัย (Result)

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำเสนอในรูปแบบความถี่และร้อยละ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 380 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-40 ปี มีรายได้ 15,000-25,000 บาท มีอายุการในการทำงานกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต่ำกว่า 5 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีระดับหน้าที่การงานอยู่ในระดับ 5-7 ซึ่งคือผู้ปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติ ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านคุณค่า ด้านบุคลิกภาพ และด้านอื่นๆ ทั่วไป พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่ ที่มีต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านภาพลักษณ์องค์กร อยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมาคือด้านคุณค่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ด้านบุคลิกภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ด้านการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และด้านอื่นๆ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานโดยเปรียบเทียบความคิดเห็นทั้ง 5 ด้านคือ ด้านการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติ ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านคุณค่า ด้านบุคลิกภาพ และด้านอื่นๆ ทั่วไป โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

การทดสอบสมมติฐานตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา และระดับหน้าที่การงาน ที่มีต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร โดยใช้สถิติทดสอบ t-test และ (One – Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยใช้วิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยแบ่งการทดสอบสมมติฐานออกเป็น 6 ข้อ ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** พนักงานที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร แตกต่างกัน พบว่า พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติ แตกต่างกัน (Sig. = 0.002) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 แต่มีความคิดเห็นต่อด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านคุณค่า ด้านบุคลิกภาพ และด้านอื่นๆ ทั่วไป ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2** พนักงานที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร แตกต่างกัน พบว่า พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านบุคลิกภาพ และด้านอื่นๆ ทั่วไป แตกต่างกัน (Sig. = 0.047 , 0.042 และ 0.032 ตามลำดับ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่มีความคิดเห็นต่อด้านการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติและด้านคุณค่าไม่แตกต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD ปรากฏผล คือ

- ด้านภาพลักษณ์องค์กร พบว่า ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์องค์กร จำแนกตามอายุ มีจำนวน 2 คู่ ที่แตกต่างกัน

คู่ที่หนึ่ง พนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านภาพลักษณ์องค์กร แตกต่างกับพนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี โดยพนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ( $\bar{x} = 3.82$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ( $\bar{x} = 4.10$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

คู่ที่สอง พนักงานที่มีอายุ 41- 50 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านภาพลักษณ์องค์กร แตกต่างกับพนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี โดยพนักงานที่มีอายุ 41- 50 ปี ( $\bar{x} = 3.85$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ( $\bar{x} = 4.10$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

- ด้านบุคลิกภาพ พบว่า ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของความคิดเห็นด้านบุคลิกภาพ จำแนกตามอายุ มีจำนวน 2 คู่ ที่แตกต่างกัน

คู่ที่หนึ่ง พนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านบุคลิกภาพ แตกต่างกับพนักงานที่มีอายุ 41- 50 ปี โดยพนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ( $\bar{x} = 3.52$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุ 41- 50 ปี ( $\bar{x} = 3.70$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

คู่ที่สอง พนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านบุคลิกภาพ แตกต่างกับ พนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี โดยพนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ( $\bar{x} = 3.52$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ( $\bar{x} = 3.81$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

- ด้านอื่นๆ ทั่วไป พบว่า พบว่า ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของความคิดเห็นด้านอื่นๆ ทั่วไป จำแนกตามอายุ มีจำนวน 2 คู่ ที่แตกต่างกัน

คู่ที่หนึ่ง พนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านอื่นๆ ทั่วไป แตกต่างกับ พนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี โดยพนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ( $\bar{x} = 3.42$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่าพนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ( $\bar{x} = 3.72$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.01

คู่ที่สอง พนักงานที่มีอายุ 30 -40 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านอื่นๆ ทั่วไป แตกต่างกับ พนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี โดยพนักงานที่มีอายุ 30- 40 ปี ( $\bar{x} = 3.47$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่า พนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ( $\bar{x} = 3.72$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

**สมมติฐานข้อที่ 3** พนักงานที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร แตกต่างกัน พบว่า พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อด้านบุคลิกภาพ แตกต่างกัน (Sig. = 0.014) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่มีความคิดเห็นต่อการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติ ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านคุณค่า และด้านอื่นๆ ทั่วไปไม่แตกต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD ปรากฏผล คือ

- ด้านบุคลิกภาพ พบว่า ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของความคิดเห็นด้านบุคลิกภาพ จำแนกตามรายได้ มีจำนวน 4 คู่ ที่แตกต่างกัน

คู่ที่หนึ่ง พนักงานที่รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นต่อด้านบุคลิกภาพ แตกต่างกับพนักงานที่รายได้ 35,001-45,000 บาทโดยพนักงานที่รายได้ต่ำกว่า15,000 บาท( $\bar{x} = 3.52$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่าพนักงานที่รายได้ 35,001-45,000 บาท( $\bar{x} = 3.94$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.01

คู่ที่สอง พนักงานที่รายได้ 15,000-25,000 บาท มีความคิดเห็นต่อด้านบุคลิกภาพ แตกต่างกับพนักงานที่รายได้ 35,001-45,000 บาท โดยพนักงานที่รายได้ 15,000-25,000 บาท( $\bar{x} = 3.64$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่า พนักงานที่รายได้ 35,001-45,000 บาท( $\bar{x} = 3.94$ )อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

คู่ที่สาม พนักงานที่รายได้ 25,001 - 35,000 บาท มีความคิดเห็นต่อด้านบุคลิกภาพ แตกต่างกับ พนักงานที่รายได้ 35,001- 45,000 บาท โดยพนักงานที่รายได้ 25,001-35,000 บาท ( $\bar{x} = 3.61$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่า พนักงานที่รายได้ 35,001-45,000 บาท ( $\bar{x} = 3.94$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.01

คู่ที่สี่ พนักงานที่รายได้ 35,001 - 45,000 บาท มีความคิดเห็นต่อด้านบุคลิกภาพ แตกต่างกับ พนักงานที่รายได้มากกว่า 45,000 บาท โดยพนักงานที่รายได้ 35,001-45,000 บาท ( $\bar{x} = 3.47$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่า พนักงานที่รายได้มากกว่า 5,000 บาท( $\bar{x}=3.72$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

**สมมติฐานข้อที่ 4** พนักงานที่มีอายุการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร แตกต่างกัน พบว่า พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ที่มีอายุการทำงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านคุณค่าและด้านบุคลิกภาพ แตกต่างกัน (Sig. = 0.026 , 0.009 และ 0.046 ตามลำดับ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่มีความคิดเห็นต่อการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติ และด้านอื่นๆ ทั่วไปไม่แตกต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD ปรากฏผล คือ

- ด้านภาพลักษณ์องค์กร พบว่า ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์องค์กร จำแนกตามอายุการทำงาน มีจำนวน 2 คู่ ที่แตกต่างกัน

คู่ที่หนึ่ง พนักงานที่อายุการทำงานน้อยกว่า5 ปีมีความคิดเห็นต่อด้านภาพลักษณ์องค์กร แตกต่างกับ พนักงานที่อายุการทำงานมากกว่า 20 ปีโดยพนักงานที่อายุการทำงานน้อยกว่า5 ปี ( $\bar{x} = 3.86$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่า พนักงานที่อายุมากกว่า20 ปี( $\bar{x}=4.06$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05



คู่มือสอง พนักงานที่อายุการทำงาน 16-20 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านภาพลักษณ์องค์กร แตกต่างกับ พนักงานที่อายุการทำงานมากกว่า 20ปี โดยพนักงานที่อายุการทำงาน 16-20 ปี ( $\bar{x} = 3.74$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่า พนักงานที่อายุการทำงานมากกว่า 20 ปี ( $\bar{x} = 4.06$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

- ด้านคุณค่าพบว่า ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของความคิดเห็นด้านคุณค่า จำแนกตามอายุการทำงาน มีจำนวน 3 คู่ ที่แตกต่างกัน

คู่มือหนึ่ง พนักงานที่อายุการทำงาน 5-10 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านคุณค่าแตกต่างกับ พนักงานที่อายุการทำงาน 11-15 ปี โดยพนักงานที่อายุการทำงาน 5-10 ปี ( $\bar{x} = 3.59$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่า พนักงานที่อายุการทำงาน 11-15 ปี ( $\bar{x} = 3.87$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

คู่มือสอง พนักงานที่อายุการทำงาน 5-10 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านคุณค่า แตกต่างกับ พนักงานที่อายุการทำงานมากกว่า 20 ปีโดยพนักงานที่อายุการทำงาน 5-10 ปี( $\bar{x} = 3.59$ )มีความเห็นด้วยน้อยกว่า พนักงานที่อายุการทำงานมากกว่า 20 ปี ( $\bar{x} = 3.94$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.01

คู่มือสาม พนักงานที่อายุการทำงาน 16-20 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านคุณค่า แตกต่างกับ พนักงานที่อายุการทำงานมากกว่า 20 ปี โดยพนักงานที่อายุการทำงาน 16-20 ปี( $\bar{x} = 3.70$ )มีความเห็นด้วยน้อยกว่า พนักงานที่อายุการทำงานมากกว่า 20 ปี ( $\bar{x} = 3.94$ )อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

- ด้านบุคลิกภาพ พบว่า ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของความคิดเห็นด้านบุคลิกภาพ จำแนกตามอายุการทำงาน มีจำนวน 2 คู่ ที่แตกต่างกัน

คู่มือหนึ่ง พนักงานที่อายุการทำงานน้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านบุคลิกภาพ แตกต่างกับ พนักงานที่อายุการทำงานมากกว่า 20 ปี โดยพนักงานที่อายุการทำงานน้อยกว่า 5 ปี ( $\bar{x} = 3.58$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่า พนักงานที่อายุการทำงานมากกว่า 20 ปี ( $\bar{x} = 3.80$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

คู่มือสอง พนักงานที่อายุการทำงาน 5-10 ปี มีความคิดเห็นต่อด้านบุคลิกภาพ แตกต่างกับ พนักงานที่อายุการทำงานมากกว่า 20 ปีโดยพนักงานที่อายุการทำงาน 5-10 ปี ( $\bar{x} = 3.59$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่า พนักงานที่อายุการทำงานมากกว่า 20 ปี ( $\bar{x} = 3.94$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

**สมมติฐานข้อที่ 5** พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร แตกต่างกัน พบว่า พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อด้านด้านอื่นๆ ทั่วไป แตกต่างกัน ( $\text{Sig.} = 0.006$ )ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 แต่มีความคิดเห็นต่อด้านการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติ ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านคุณค่าและด้านบุคลิกภาพไม่แตกต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD ปรากฏผล คือ

- ด้านอื่นๆ ทั่วไป พบว่า ผลการเปรียบเทียบรายคู่ของความคิดเห็นด้านอื่นๆ ทั่วไป จำแนกตามระดับการศึกษา มีจำนวน 3 คู่ ที่แตกต่างกัน

คู่ที่หนึ่ง พนักงานที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อด้านอื่นๆ ทั่วไป แตกต่างกับพนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีโดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ( $\bar{x} = 3.70$ ) มีความเห็นด้วยมากกว่า พนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ( $\bar{x} = 3.49$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

คู่ที่สอง พนักงานที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อด้านอื่นๆ ทั่วไป แตกต่างกับพนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ( $\bar{x} = 3.70$ ) มีความเห็นด้วยมากกว่า พนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ( $\bar{x} = 3.40$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.01

คู่ที่สาม พนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีความคิดเห็นต่อด้านอื่นๆ ทั่วไป แตกต่างกับพนักงานที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาโท โดยพนักงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ( $\bar{x} = 3.40$ ) มีความเห็นด้วยน้อยกว่า พนักงานที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาโท ( $\bar{x} = 4.00$ ) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

#### ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร

ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ประมวลตามข้อมูลได้ดังนี้

- ด้านการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติมีความเห็นว่า การเลือกแบบเครื่องแต่งกายควรมีหลายๆช่องทาง เนื่องจากพนักงานบางส่วนที่ไม่ได้ใช้ Intranet หรือไม่สะดวกในการใช้จะทำให้ขาดสิทธิไป

- ด้านภาพลักษณ์องค์กรมีความเห็นว่า บุคลากรใน กฟภ.แตกต่างกัน การสร้างภาพลักษณ์ให้ชัดเจนนั้นจะต้องใช้เวลาและ เนื่องจากเครื่องแต่งกายทำให้บุคคลภายนอกรู้จัก กฟภ.มากขึ้น จึงมีผลทั้งทางบวกและทางลบ ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องให้พนักงานมีความสำคัญที่ต่ออย่างต่อเนื่อง

- ด้านคุณค่ามีความเห็นว่า สีม่วงที่ กฟภ.ใช้ยังไม่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเนื่องจากมีความเหมือนกับยูนิฟอร์มของธนาคารไทยพาณิชย์ที่หาความแตกต่างไม่ได้ แต่เครื่องแต่งกายตามสมัยนิยมสามารถสวมใส่ใช้งานสังคมหรือเป็นทางการได้ภาคภูมิใจ

- ด้านอื่นๆ ทั่วไปมีความเห็นว่า เห็นควรให้มีกระเป๋าเสื้อ อที่หน้าอกสี ๒เพื่อความสะดวกในการพกพาอุปกรณ์เครื่องเขียนและธนบัตร ด้านการจัดทำขนาด SIZE ของเสื้อ อที่ควรจัดให้มีความมาตรฐานให้เหมาะกับทุกเพศทุกวัย มีการจัดทำเอกสารกำหนดการสวมใส่โดยให้ผู้บังคับบัญชาของแต่ละหน่วยดูแลและชี้แจงพนักงานให้เกียรติองค์กรโดยการแต่งกายให้เรียบร้อยและสุภาพ

**สมมติฐานข้อที่ 6** พนักงานที่มีระดับหน้าที่การงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร แตกต่างกัน พบว่า พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ที่มีระดับหน้าที่การงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร ไม่แตกต่างกัน

## การอภิปรายผล (Discussion)

จากผลการศึกษา ความคิดเห็นของพนักงาน สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้  
สรุปความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการนำเครื่องแต่งกายมาใช้ในองค์กร  
เครื่องแต่งกายที่ดีต้องมีความสะดวกและเหมาะสมในการใช้งานและสิ่งที่มีความสำคัญอีกสิ่ง  
หนึ่งคือเรื่องคุณภาพ และความประณีตในการตัดเย็บของเสื้อ ผ้า มีสีและแบบตามสมัยนิยม สวมใส่  
สบายคล่องตัว น้ำหนักเบา ดูดี ดูดี และระบายความร้อนได้ดี นำสวมใส่เมื่อได้สวมใส่แล้วทำให้เกิด  
ความภาคภูมิใจ ประทับใจ น่าเชื่อถือ ช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพของพนักงานในการติดต่อกับหน่วยงาน  
ภายนอกต่างๆ ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของ วิไลรัตน์ เต็มเปี่ยม และคณะ (2541) ที่สรุปว่า เสื้อผ้าที่  
สวมใส่ควรมีความคล่องตัว สวมใส่สบาย มีความทนทาน และสีไม่ซีดจาง น้ำหนักเบา ไม่ยับง่าย ดูดี  
ดูดี และระบายความร้อนได้ และด้านจิตวิทยา มีความคิดเห็นเรื่องความภาคภูมิใจ การแสดงสถานะ  
เสริมสร้างบุคลิกภาพ และการสร้างความน่าเชื่อถือ

การสวมใส่เครื่องแต่งกายของ กฟภ.ทำให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีวินัยในการแต่ง  
กายภายใน กฟภ. ทำให้เป็นที่น่าชื่นชม เกิดความมั่นใจในการปฏิบัติหน้าที่ เกิดความรู้สึกต้อง  
รับผิดชอบต่อหน้าที่ รักษา มารยาท สุภาพ และเป็นมิตรกับทุกๆ คน ซึ่งตรงกับสรุปผลการศึกษาของ  
พัชรินทร์ สังข์ขาว (2549) ที่สรุปว่า เจตคติที่ดีจำนวน 4 ด้าน คือ ด้าน การเห็นคุณค่า ด้านค่านิยม  
ด้านความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และด้านการยอมรับต่อกฎระเบียบ และมีเจตคติที่เป็นกลางต่อการอยู่  
ร่วมกันในสังคม

เครื่องแต่งกายที่เหมาะสมเป็นส่วนสำคัญในการสร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ของ กฟภ. เป็นสิ่ง  
สะท้อนถึงวัฒนธรรมของ กฟภ. ทำให้ กฟภ. เป็นที่รู้จักต่อสาธารณชนได้มากยิ่งขึ้น ทำให้ลูกค้า ผู้ใช้  
ไฟฟ้าเกิดการจดจำ กฟภ. ช่วยสร้างความรู้สึกที่ดีให้เกิดขึ้น นักลูกค้าผู้ใช้ไฟฟ้าเมื่อพบเห็น ซึ่งตรงกับ  
สรุปผลการศึกษาของ วัชรภรณ์ ฟอนโคกสูง (2549) ที่สรุปว่า การแต่งกายที่ดีสามารถสร้างชื่อเสียง  
ให้กับสถาบันได้และยังเป็นผลดีต่อตัวผู้สวมใส่และถือเป็นการเคารพ ให้เกียรติสถาบันที่ตนอยู่ ถ้าการ  
แต่งกายไม่ดีจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของสถาบันเป็นอย่างมากและถือว่าคุณคนนั้น  
ไม่ให้เกียรติแก่สถาบันอย่างยิ่ง อีกทั้งยังทำให้ผู้พบเห็นเกิดความเสื่อมศรัทธาได้

สรุปผลการเปรียบเทียบ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

จากผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านประชากรศาสตร์ในด้านต่างๆ มีความแตกต่างกัน เช่น  
เพศหญิงตื่นตัวกับการเลือกแบบของเครื่องแต่งกายมากกว่าเพศชาย พนักงานที่อายุต่ำกว่า 30 ปี มี  
ความสนใจในเครื่องแต่งกายมากกว่าพนักงานที่อายุตั้งแต่ 40-50 ปีขึ้นไป พนักงานที่มีรายได้สูงมีความ  
สนใจกับเสื้อผ้าที่ทันสมัยสวยงามมากกว่าพนักงานที่รายได้ต่ำ และพนักงานที่อายุต่ำกว่า 30 ปี  
หรือไม่เกิน 40 ปี ยังมีความใส่ใจในการแต่งกายให้เสริมบุคลิกของตนเองมากกว่าพนักงานที่อายุ 50 ปี

ขึ้นไป พนักงานที่ปฏิบัติงานกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมากกว่า 10-15 ปี จะให้ความสนใจในการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายน้อยกว่าพนักงานที่ปฏิบัติงานน้อยกว่า 10 ปี เนื่องจากยังต้องการความทันสมัยและสวยงาม พนักงานที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ปริญญาโทจะให้ความสนใจและยอมรับมากกว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และพนักงานที่ระดับหน้าที่การงานสูง จะมีความเห็นด้วยที่ต้องการให้จัดระเบียบการแต่งกายของพนักงานให้มีความเหมาะสม

### ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปเป็นด้านต่างๆ ได้ดังนี้

1. ด้านการเลือกแบบโดยวิธีการลงมติ พนักงานให้ความสนใจในการลงมติ ค่อนข้างมาก ซึ่งเห็นว่า การลงมติดีความโปร่งใสและยุติธรรมและยอมรับกับผลคะแนน อีกทั้งในเรื่องของระบบคอมพิวเตอร์มีความพร้อมและสะดวกใช้ อำนวยความสะดวกการลงมติไม่ติดขัดหรือเกิดปัญหาในระหว่างการลงมติ ระบบควรมีการแสดงผลคะแนน ซึ่งไม่จำเป็นที่จะต้องปิดไว้แล้วแจ้งให้ทราบในวันสุดท้ายหรือในภายหลังของการลงมติ ในการเลือกแบบควรแยกคะแนนของเสื้อ อผ้าผู้ หญิงกับเสื้อผ้าผู้ชาย เนื่องจากหนึ่งบริษัทผลิตทั้งเสื้อ อผ้าผู้ หญิงและเสื้อ อผ้าผู้ชาย ซึ่งในความเป็นจริงใช้นับผลคะแนนรวมว่าบริษัทใดได้คะแนนสูงสุดคือบริษัทที่ได้รับการคัดเลือก ทำให้อาจไม่ตรงตามความต้องการเพราะพนักงานหญิงอาจพอใจเสื้อผ้าบริษัทนี้ แต่พนักงานชายอาจพอใจเสื้อ ผ้าอีกบริษัทหนึ่ง
2. ด้านภาพลักษณ์องค์กร พนักงานเป็นส่วนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรทั้งในด้านบวกและด้านลบ เพราะพนักงานจะเป็นผู้ที่อยู่กับลูกค้าประชาชนมากกว่าผู้บริหาร การสร้างภาพลักษณ์องค์กร เป็นการเผยแพร่สิ่งที่ดีงามของ กฟภ. ออกไปให้ประชาชนรับรู้ และเกิดความรู้สึกที่ดีกับ กฟภ. ภาพลักษณ์ที่ดีหรือไม่ดีอาจเกิดขึ้นจากหลายสิ่งหลายอย่าง เช่น พฤติกรรมของพนักงาน อาคาร สถานที่ การบริการสะดวก เป็นต้น จึงควรมีจิตบริการที่ดีสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับส่วนรวม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ที่ผู้บริหารและพนักงานผู้ปฏิบัติงานจะต้องปฏิบัติร่วมกันก็จะเกิดภาพลักษณ์ที่ดีได้
3. ด้านคุณค่า เครื่องแต่งกายหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่ายูนิฟอร์ม เป็นสิ่งที่มีความหมายมีความสำคัญ มิใช่เครื่องแต่งกายที่ต้องการความสวยงามเพียงอย่างเดียว แต่เป็นสิ่งที่สื่อให้เห็นถึงองค์กรนั้น เมื่อสวมใส่จะเกิดความภาคภูมิใจ เกิดความมั่นใจ ไปได้ทุกสถานที่ซึ่งมีส่วนช่วยประชาสัมพันธ์องค์กร ช่วยให้พนักงานรู้สึกถึงความ เป็นพวกเดียวกัน ยอมรับที่จะต้องมีระเบียบวินัยอย่างเดียวกัน เครื่องแต่งกายขององค์กรเป็นสิ่งที่มีการติดศักดิ์ ศรีไม่ใช้ใครทุกคนจะมีศักดิ์ และสิทธิสวมใส่ได้
4. ด้านบุคลิกภาพ การแต่งกายที่ดีเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมบุคลิกภาพ ควรแต่งกายให้เหมาะสมกับอาชีพ เพศ วัย เวลา สถานที่ รวมทั้งจะทำให้พนักงาน กฟภ.เกิดความรับผิดชอบต่อหน้าที่

การทำงานในการติดต่อกับหน่วยงานภายนอกต่างๆ การแต่งกายที่เหมาะสมไม่จำเป็นต้องเป็นเสื้อ ผ้าราคาแพง หรือแบรนด์เนม แต่ควรจะเป็นเสื้อ ผ้าที่มีความสะอาด เรียบร้อย เป็นต้น

5. ด้านอื่นๆ ทั่วไป เครื่องแต่งกายช่วยให้ผู้มาติดต่อสามารถทราบโดยง่ายว่าใครคือพนักงาน จะช่วยให้ขอรับบริการสะดวกไม่ผิดคน ไม่ต้องเปลืองเงินทำให้ลดค่าใช้จ่ายได้ มีสวัสดิการจำหน่ายให้พนักงานในราคาต่ำ มีการกำหนดวันในการสวมใส่เพื่อความสวยงามหรือเมื่อต้องไปพบลูกค้า ภายนอก และมีการปรับเปลี่ยนลายหรือรูปแบบเล็กน้อยในช่วงเวลาประมาณ 3 ปี รวมทั้ง ห้ามพนักงาน บริจาคเครื่องแต่งกายเก่า เพราะอาจจะนำไปสวมผิดกาลเทศะหรือทำผิดกฎหมายได้

## บรรณานุกรม (References)

- การพัฒนาบุคลิกภาพ** พุทธศักราช 2545 ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ กระทรวงศึกษาธิการ  
เลขรหัสมาตรฐานสากลประจำหนังสือ ISBN 974-695-582-9
- กรุณา กุศลาคัย และ เรืองอุไร กุศลาคัย (2543) **วัฒนธรรมสัมพันธ์ไทยอินเดีย** กรุงเทพมหานคร  
โรงพิมพ์ธรรมสาร
- จุกา เทียนไทย (2549) **การบริหารการเปลี่ยนแปลง** การจัดการมุมมองนักบริหาร. กรุงเทพฯ:  
สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล
- ฉันทนิช อัครวณน (2546) **เทคนิคและการพัฒนาบุคลิกภาพ** พุทธศักราช 2546 กรมอาชีวศึกษา  
และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล กระทรวงศึกษาธิการ สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ  
ทวี เลรามัญ (2549 :5) **ความคิดเห็นของอาจารย์มหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการวิจัยทาง**  
**สังคมศาสตร์** กรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ทศพร ภูผู้ และคณะ (2550) **พฤติกรรมและการแต่งกายมาเรียนของนักศึกษารอบเสาร์-อาทิตย์**  
โรงเรียนพณิชยการสยาม สาขาการตลาด สำนักวิจัยโรงเรียนพณิชยการสยาม กรุงเทพฯ
- ธวัชชัย แก้วสีใส, สุนันท์ทา แหวนทองคำ (2547) สาขาวิชาเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ (เครื่องมือวัด  
และควบคุม) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- นพมาศ ธีระเวคิน (2539) **จิตวิทยาสังคมกับชีวิต** พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- นิรนาม (2548) **เครื่องแต่งกาย** (Online) Available from : [www.lib.ru.ac.th/journal/clothing.html](http://www.lib.ru.ac.th/journal/clothing.html)  
บวร ปภัสราธร ฉบับวันจันทร์ที่ 19 ธันวาคม พ.ศ.2548 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2540: 7) **ทัศนคติการวัดความเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรม** สำนักพิมพ์  
โอเดียนสโตร์ กรุงเทพฯ
- ปิยชาติ พุ่มมใจ (2547) **การแก้ปัญหาการแต่งกายไม่ถูกระเบียบในการเรียนพลศึกษา**  
ของกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1
- ปนัดดา สงวนบุญ (2546) **ความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อโครงการบัตรโดยสารราคาพิเศษเส้น**  
**การบินภายในประเทศ** ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ภาคนิพนธ์ ปริญญา  
มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ปรีชา สุวรรณทอง (2545) **ความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานและผู้รับบริการต่อการดำเนินงาน**  
หน่วยบริการปฐมภูมิภาครัฐ ภายใต้นโยบายการสร้างหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ในจังหวัด  
สมุทรปราการ วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเวชศาสตร์ชุมชน  
ภาควิชาเวชศาสตร์ป้องกันและสังคมคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ปาริชาติ รวยภิรมย์และคณะ (2550) **พฤติกรรมกรรมการแต่งกายของนักเรียน** โรงเรียนพณิชยการ  
สยาม สาขาการตลาด สำนักวิจัยโรงเรียนพณิชยการสยาม กรุงเทพฯ
- พวงผกา คุโรวาท (2540) **คู่มือประวัติเครื่องแต่งกายพิมพ์ครั้งที่ 5** กรุงเทพฯ รวมสาสน์
- พัชรินทร์ สังข์ขาว (2549) **เจตคติที่มีต่อเครื่องแบบนิสิตของนิสิตระดับปริญญาตรี**  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- วิไลรัตน์ เต็มเปี่ยม และคณะ (2541) **ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องแบบตำรวจ** ในเขตบางรัก  
มหาวิทยาลัยราชวมงคลกรุงเทพ คณะเทคโนโลยีมหกรรมศาสตร์ สาขาวิชาแฟชั่นและ  
เทคโนโลยีเส้นใย อผ้า
- วีรวัฒน์ บันนิตามัย(2543) **การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้**. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กสเปอร์เน็ท  
จำกัด
- วัชรารภรณ์ ฟอนโคกสูง (2549) **การสำรวจทัศนคติของนักศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการแต่งกาย**  
สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์จ.ปทุมธานี
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545) **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด
- สมพงษ์ จิตระดับ สุอังคะวาทิน (2548) **กางเกงเอวต่ำ เลื้อย อัดบอ ก ผิดกฎหมาย นสพ.มติชนรายวัน**  
(19 กุมภาพันธ์ 2548: 14)
- สมุทภาพวิวัฒนาการการแต่งกายกรุงเทพฯ อมรินทร์การพิมพ์ (2525) (กองจดหมายเหตุแห่งชาติ )  
กรมศิลปากร จัดพิมพ์เนื่องในโอกาสสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี 2525 หน้า 1 **การ  
แต่งกายของไทย**
- สุชา จันทน์เอม และสุรางค์ จันทน์เอม (อ้างถึงในสุภาวดี ,2543: 9) **จิตวิทยาสังคม** สำนักพิมพ์ไทย  
วัฒนาพานิช โรงพิมพ์แพร่พิทยา กรุงเทพฯ
- สุदारัตน์ พรหมจักร , สุรีรัตน์ อ่อนทองหลาง , รังสิยา พรหมโลก (2548) **ศึกษาพฤติกรรมและ  
ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นหญิงในเขตบางแค**
- เสนาะ ดิยาวี (2543) **หลักการบริหาร**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ (2545) **พฤติกรรมองค์การ** : ทฤษฎีและการประยุกต์.  
กรุงเทพฯโรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อรปวีณ์ สัมพันธ์สมโภช และ พิศิษฐ์ กาญจนพิมาย (2546) **การพัฒนาบุคลิกภาพ** พุทธศักราช  
2545 (ปรับปรุง 2546) กระทรวงศึกษาธิการ พิมพ์ครั้งที่ 1 พ.ศ.2546 สำนักพิมพ์วังอักษร  
69/3 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงวัดอรุณ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ
- อรุณศรี จงเจียมจิตต์ (2551) **เจตคติของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ที่มีต่อการแต่ง  
เครื่องแบบพนักงาน** สารนิพนธ์ปริญญาโท วิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ